ABSTRAK

Kualitas Pelayanan merupakan elemen penting bagi perusahaan karena dapat membangun persepsi konsumen terhadap perusahaan. Sampai saat ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen Transvision Bandung. Sehingga permasalahan pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan pada Transvision Bandung.

Dimensi kualitas pelayanan pada penelitian ini dengan menggunakan teori Tjiptono dan Chandra terbagi atas lima dimensi yakni *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *asurance* (jaminan). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Responden penelitian berjumlah 100 konsumen pengguna aktif Transvision Bandung dengan pengambilan sampel menggunakan teknik Simple Random Sampling dan menggunakan metode *Importance Performace Analysis* (IPA) dengan bantuan SPSS Versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang telah diberikan adalah sebesar 4,31 yang dapat di artikan bahwa kualitas pelayanan pada Transvision Bandung adalah memuaskan bagi konsumen, sedangkan tingkat harapan konsumen adalah 4,32 dapat diartikan bahwa harapan konsumen telah sesuai dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Transvision. Terdapat satu atribut prioritas utama yang harus diperbaiki serta dua puluh dua atribut prioritas rendah yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Analisis Kualitas Pelayanan, *Important Performance Analysis* (IPA)